

**PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN
WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS WISATAWAN
DI PANTAI PANGANDARAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Pariwisata Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Oleh

Evi Herdiani

1501105

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT & LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2019

**PENGARUH CITRA DESTINASI PARIWISATA TERHADAP
KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA
LOYALITAS WISATAWAN DI PANTAI PANGANDARAN**

Oleh :
Evi Herdiani

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Evi Herdiani 2019
Universitas Pendidikan Indonesia
Juni 2019

Hak Cipta dilindungi undang-undang.
Skripsi tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

Evi Herdiani
NIM. 1501105


PENGARUH CITRA DESTINASI TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS WISATAWAN DI PANTAI PANGANDARAN

Pembimbing I



Sri Marhanah, SS., MM.
NIP. 198110142006042001


Pembimbing II



Rosita, S.S., MA
NIP. 198110142006012001

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Resort & Leisure



Dr. A. H. Galihkumamah. S. ST Par., M.M
NIP. 198105222010121006

ABSTRAK

PENGARUH CITRA DESTINASI PARIWISATA TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN SERTA DAMPAKNYA PADA LOYALITAS WISATAWAN DI PANTAI PANGANDARAN

Oleh

Evi Herdiani

1501105

Dalam Penelitian ini, penulis ingin mengetahui pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya terhadap loyalitas wisatawan di Pantai Pangandaran. Citra destinasi yang baik akan menghasilkan kepuasan yang tinggi. Wisatawan yang puas lebih mungkin untuk kembali ke destinasi yang sama dan akan memberikan rekomendasi *word of mouth* (WOM) positif, yang merupakan indikator utama loyalitas. Tujuan Penelitian ini yaitu untuk menjelaskan bagaimana citra destinasi wisata Pantai Pangandaran, serta mengukur tingkat kepuasan dan loyalitas wisatawan Pantai Pangandaran, juga untuk mengukur pengaruh variabel citra destinasi terhadap variabel kepuasan wisatawan, pengaruh variabel citra destinasi terhadap variabel loyalitas wisatawan, pengaruh variabel kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan, dan pengaruh variabel citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan serta dampaknya pada kepuasan wisatawan. Pengumpulan data diperoleh melalui penyebaran kuesioner sebanyak 150 responden. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan Analisis data menggunakan analisis jalur. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa citra destinasi pariwisata pantai pangandaran berada dalam kategori baik, serta kepuasan dan loyalitas berada dalam kategori tinggi. Ditemukan adanya pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan yaitu sebesar 62,2 % dengan begitu dapat disimpulkan bahwa pengaruh citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan berada dalam kategori kuat, selanjutnya citra destinasi berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan yaitu sebesar 58 % yang artinya pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan berada dalam kategori kuat. Lalu kepuasan wisatawan berpengaruh terhadap loyalitas wisatawan sebesar 56,4 % yang artinya pengaruh kepuasan wisatawan terhadap loyalitas wisatawan berada dalam kategori kuat. Selanjutnya terdapat Pengaruh citra destinasi terhadap loyalitas wisatawan melalui kepuasan wisatawan. Dari hasil penelitian, sebaiknya pengelola pantai pangandaran menjaga citra pantai pangandaran dan meningkatkan intensitas kunjungan wisatawan dengan cara membuat *event* kebudayaan dan *event* wisata air, serta memanfaatkan daya tarik wisata yang beragam dengan cara mempromosikannya lebih luas.

Kata Kunci : Citra Destinasi, Kepuasan Wisatawan, Loyalitas Wisatawan, Pantai Pangandaran

ABSTRACT

THE IMPRESSION OF TOURISM DESTINATION IMAGE TOWARDS TOURISTS' SATISFACTION AND ITS CONSEQUENCES TOWARDS TOURISTS' LOYALTY: A STUDY AT PANGANDARAN BEACH

Oleh

Evi Herdiani

1501105

This study aims to investigate the impacts of tourism destination image towards tourists' satisfaction and its consequences towards loyalty of the tourists in Pangandaran beach. In this case, a good tourism destination image will deliver high satisfaction to the tourists. The more satisfied-tourists probably will go back to the same destination and share the positive Words of Mouth (WOM) as the main indicator of tourists' loyalty. This study took place at Pangandaran beach; attempts to explain its tourism destination image, and figure out the satisfaction and loyalty level of the tourists, the impression of tourism destination image variable towards the tourists' satisfaction, the impression of tourism destination image variable towards the tourists' loyalty, the impression of tourists' satisfaction variable towards the tourists' loyalty, and the impression of tourism destination image variable towards the tourists' satisfaction and its impacts the tourists' satisfaction. The data were collected in 150 respondents' quistionnaires. Meanwhile, the data analysis employed quantitative approach and track analysis. Finally, the study found that the impression of tourism destination image towards tourists' satisfaction of Pangandaran beach is in good category and its tourists' loyalty is high. The tourism destination image gives 62,2% impression towards tourists' satisfaction, thus it is in a strong position. On the other hand, the tourism destination image of Pangandaran beach gives 58% impression towards its' tourists loyalty, therefore, it is also in a strong position. Next tourists' satisfaction gives 66,4% impression towards tourists loyalty, it is also a strong position . Lastly, the tourism destination image gives strong impression towards the tourists' loyalty through of tourists' satisfaction. To sum up, this study suggests that the developers of Pangandaran beach should maintain the good image of the beach and promote the higher intensity of tourists' visit by organizing some cultural water recreation events, and utilize more promotion strategies to enhance the various tourists' attraction.

Keyword : *Destination Image, Tourist Satisfaction , Tourist Loyalty, Pangandaran Beach*

DAFTAR ISI

| | |
|--|----|
| UCAPAN TERIMA KASIH..... | i |
| KATA PENGANTAR | i |
| ABSTRAK..... | iv |
| <i>ABSTRACT</i> | v |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| BAB I..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian. | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1. Manfaat Teoritis..... | 8 |
| 2. Manfaat Praktis | 8 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 9 |
| BAB II..... | 10 |
| LANDASAN TEORI..... | 10 |
| 2.1 Citra Destinasi (<i>Destination Image</i>) | 10 |
| 2.1.1 Pengertian Citra Destinasi..... | 10 |
| 2.1.2 Dimensi Citra Destinasi | 10 |
| 2.2. Kepuasan Pengunjung..... | 11 |
| 2.2.1 Pengertian Kepuasan Pengunjung..... | 11 |
| 2.2.2 Dimesi Kepuasan Wisatawan..... | 12 |
| 2.3. Loyalitas..... | 14 |
| 2.3.1 Loyalitas Pengunjung..... | 14 |
| 1.3.2. Dimensi Loyalitas | 14 |
| 2.4 Hubungan antar Variabel | 15 |
| 2.5 Penelitian Terdahulu | 15 |
| 2. 6. Kerangka Pemikiran..... | 16 |

| | |
|--|----|
| 2.7. Hipotesis | 20 |
| BAB III | 21 |
| METODE PENELITIAN..... | 21 |
| 3. 1. Desain Penelitian | 21 |
| 1.2. Lokasi Penelitian..... | 21 |
| 3. 3. Jenis Data, Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data..... | 21 |
| 3.3.1 Jenis Data | 21 |
| 3.3.2 Sumber Data..... | 22 |
| a. Data Primer | 22 |
| b. Data Sekunder | 22 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data..... | 23 |
| 1. <i>Field Research</i> atau Penelitian Lapangan, terdiri dari : | 23 |
| 2. <i>Library Research</i> atau Penelitian Kepustakaan | 23 |
| 3. Dokumentasi | 23 |
| 3.5 Populasi dan Sample | 23 |
| a. Populasi..... | 23 |
| b. Sampel..... | 24 |
| 3.6 Operasional Variabel..... | 25 |
| Sumber : Peneliti, 2018..... | 29 |
| 3.7 Pengujian Validitas dan Realibilitas | 29 |
| 3.7.1 Uji Validitas | 29 |
| 3.7.2 Uji Realibilitas | 32 |
| 3.8 Teknik Analisis Data..... | 33 |
| 3.8.1 Analisis Deskriptif | 33 |
| BAB IV | 41 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 41 |
| 4.1 Gambaran Umum Pangandaran | 41 |
| 4.2 Aktivitas Wisata Pantai Pangandaran | 44 |
| 4.3 Fasilitas Pantai Pangandaran..... | 46 |
| 4.4 Karakteristik Responden | 47 |
| 4.5. Hasil Analisis Deskriptif..... | 56 |
| 4.5.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Citra Destinasi (X) | 56 |
| 4.5.2 Tanggapan Responden Mengenai variabel Kepuasan wisatawan (Y) | 64 |
| 4.5.3 Tanggapan Responden mengenai Variabel Loyalitas (Z)..... | 70 |

| | |
|--|----|
| 4.6. Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Wisatawan | 76 |
| 4.6.1 Uji Normalitas | 76 |
| 4.6.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan | 78 |
| 4.6.2.1 Analisis Jalur | 78 |
| 4.6.2.2 Koefisien Determinasi | 79 |
| 4.6.2.3 Uji T (Pengujian Hipotesis Parsial) | 79 |
| 4.6.3 Pengujian Hipotesis Citra Destinasi dan Kepuasan Wisatawan Terhadap Loyalitas Wisatawan | 79 |
| 4.6.3.1 Analisis Jalur | 79 |
| 4.6.3.2 Koefisien Determinasi | 80 |
| 4.6.3.4 Uji T (Pengujian Hipotesis Secara Parsial) | 80 |
| 4.6.4 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung | 83 |
| 4.6.5 Uji Hipotesis | 85 |
| 4.7 Pembahasan Hasil Penelitian | 86 |
| BAB V | 92 |
| KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | 92 |
| 5.1 Kesimpulan | 92 |
| 5.2 Rekomendasi | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA | 96 |
| LAMPIRAN | 99 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Realisasi Kontribusi Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Pangandaran..... | 6 |
| Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 19 |
| Gambar 3.1 Diagram Jalur | 38 |
| Gambar 4.1 Cagar Alam Pangandaran..... | 45 |
| Gambar 4.2 Suasana Pantai Pangandaran | 46 |
| Gambar 4.3 Aktivitas Wisata Pantai Pangandaran | 46 |
| Gambar 4.4 Diagram Profil responden yang berkunjung ke Pantai Pangandaran berdasarkan jenis kelamin..... | 48 |
| Gambar 4.5 Diagram Profil responden yang berkunjung ke Pantai Pangandaran berdasarkan asal daerah | 49 |
| Gambar 4.6 Diagram Profil responden yang berkunjung ke Pantai Pangandaran berdasarkan Usia..... | 49 |
| Gambar 4.7 Diagram Profil responden yang berkunjung ke Pantai Pangandaran berdasarkan Pekerjaan | 50 |
| Gambar 4.8 Diagram Profil responden yang berkunjung ke Pantai Pangandaran berdasarkan Pendapatan..... | 51 |
| Gambar 4.9 Diagram Profil responden yang berkunjung ke Pantai Pangandaran berdasarkan Fukuensi Kunjungan..... | 52 |
| Gambar 4.10 Diagram Profil responden yang berkunjung ke Pantai Pangandaran berdasarkan Sumber Informasi | 53 |
| Gambar 4.11 Diagram Profil responden yang berkunjung ke Pantai Pangandaran berdasarkan Transportasi yang digunakan | 55 |
| Gambar 4.12 Diagram Profil responden yang berkunjung ke Pantai Pangandaran berdasarkan Lama Tinggal..... | 56 |
| Gambar 4.13 Garis Kontinum Cognitive Image | 59 |
| Gambar 4.14 Garis Kontinum Unique Image | 60 |
| Gambar 4.15 Garis Kontinum Affective Image..... | 62 |
| Gambar 4.16 Garis Kontinum Citra Destinasi | 64 |
| Gambar 4.17 Garis Kontinum Kesesuaian Harapan | 65 |
| Gambar 4.18 Garis Kontinum Minat Berkunjung Kembali..... | 67 |
| Gambar 4.19 Garis Kontinum kesediaan untuk merekomendasikan | 68 |
| Gambar 4.20 Garis Kontinum Kepuasan Wisatawan | 69 |
| Gambar 4.21 Garis Kontinum Dimensi Repeat | 71 |
| Gambar 4.22 Garis Kontinum Dimensi Retention..... | 72 |
| Gambar 4.23 Garis Kontinum Dimensi Refferal | 74 |
| Gambar 4.24 Garis Kontinum Loyalitas Wisatawan | 75 |
| GAMBAR 4.25 Diagram Jalur Pengujian Hipotesis Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Wisatawan | 82 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2014-2017 | 3 |
| Tabel 1.2 Kerangka Pemikiran..... | 4 |
| Tabel 3.1 Kriteria Bobot Alternatif..... | 22 |
| Tabel 3.2 Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2014-2017 | 23 |
| Tabel 3.3 Oprasionalisasi Variabel | 27 |
| Tabel 3.4 Uji Validitas | 30 |
| Tabel 3.5 Uji Realibilitas | 33 |
| Tabel 3.6 Garis Kontinum..... | 35 |
| Tabel 3.7 Pedoman Koefisien Determinasi..... | 37 |
| Tabel 4.1 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Cognitive Image</i> | 57 |
| Tabel 4.2 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Unique Image</i> | 59 |
| Tabel 4.3 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Affective Image</i> | 61 |
| Tabel 4.4 Rekapitulasi Variabel Citra Destinasi | 62 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Pengunjung Mengenai Kesesuaian Harapan | 64 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Pengunjung Mengenai Minat Berkunjung Kembali..... | 66 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Pengunjung Mengenai Kesiediaan Untuk Merekomendasikan..... | 67 |
| Tabel 4.8 Rekapitulasi Variabel Kepuasan Wisatawan | 68 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Repeat</i> | 70 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Retention</i> | 71 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Refferals</i> | 73 |
| Tabel 4 12 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Wisatawan | 74 |
| Tabel 4.13 Pengujian Normalitas..... | 76 |
| Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis I | 78 |
| Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis II, III, IV..... | 80 |
| Tabel 4.17 Ringkasan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung | 84 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2014-2017 | 3 |
| Tabel 1.2 Kerangka Pemikiran..... | 4 |
| Tabel 3.1 Kriteria Bobot Alternatif..... | 22 |
| Tabel 3.2 Data Kunjungan Wisatawan Tahun 2014-2017 | 23 |
| Tabel 3.3 Oprasionalisasi Variabel | 27 |
| Tabel 3.4 Uji Validitas | 30 |
| Tabel 3.5 Uji Realibilitas | 33 |
| Tabel 3.6 Garis Kontinum..... | 35 |
| Tabel 3.7 Pedoman Koefisien Determinasi..... | 37 |
| Tabel 4.1 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Cognitive Image</i> | 57 |
| Tabel 4.2 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Unique Image</i> | 59 |
| Tabel 4.3 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Affective Image</i> | 61 |
| Tabel 4.4 Rekapitulasi Variabel Citra Destinasi | 62 |
| Tabel 4.5 Tanggapan Pengunjung Mengenai Kesesuaian Harapan | 64 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Pengunjung Mengenai Minat Berkunjung Kembali..... | 66 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Pengunjung Mengenai Kesiediaan Untuk Merekomendasikan..... | 67 |
| Tabel 4.8 Rekapitulasi Variabel Kepuasan Wisatawan | 68 |
| Tabel 4.9 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Repeat</i> | 70 |
| Tabel 4.10 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Retention</i> | 71 |
| Tabel 4.11 Tanggapan Pengunjung Mengenai <i>Refferals</i> | 73 |
| Tabel 4 12 Rekapitulasi Variabel Loyalitas Wisatawan | 74 |
| Tabel 4.13 Pengujian Normalitas..... | 76 |
| Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis I | 78 |
| Tabel 4.16 Pengujian Hipotesis II, III, IV..... | 79 |
| Tabel 4.17 Ringkasan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung | 82 |

DAFTAR PUSTAKA

- Artuğer, Çetinsöz, & Kılıç. (2013). The effect of destination image on destination loyalty: An application in Alanya . *European Journal of Business and Management*, 124-136.
- Ashari, & Santosa, B. P. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Assael, H. (1992). *Consumer Behavior & Marketing Action*. New York: Kent Publishing Company.
- Baloglu, S. &. (1999). A model of destination image formation. *Annals of tourism research*, 868-897.
- Bigne, Sanchez, & Sanchez. (2001). Tourism image, evaluation variables and after purchase behaviour: inter-relationship. *Tourism management*, 607-616.
- Chi, C. G.-Q., & Qu, H. (2008). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 624-634.
- Coban, S. (2012). The effects of the image of destination on tourist satisfaction and loyalty: The case of Cappadocia. *European Journal of Social Sciences*, 222-232.
- Court, B. &. (1997). Customer portfolio development: Modeling destination adopters, inactives, and rejecters. *Journal of Travel Research*, 35-43.
- Dharmesa, B. S. (1999). Riset Konsumen Dalam Pengembangan Teori Perilaku Konsumen Dan Masa Depannya. In *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* 1999.
- Dick, & Bassu. (1994). Customer Loyalty: Toward an integrated. *J. Acad. Mark. Sci*, 99-133.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer : The Swedish Experience. *Journal Of Marketing*, 56.
- Giese, J. L, & Cote, J. A. (2000). Defining consumer satisfaction. *Academy of marketing science review*.
- Griffin, J. (2003). *Customer Loyalty : menumbuhkan dan mempertahankan pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hailin Qu, L. H. (2011). A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image. *Tourism Management*, 465-467.
- Hallowell, R. (1996). The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study. *International journal of service industry management*, 27-42.

- Hanif, Kusumawati, & Mawardi. (2016). Pengaruh Citra Destinasi Terhadap Kepuasan Wisatawan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Wisatawan (Studi pada Wisatawan Nusantara yang Berkunjung ke Kota Batu). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 44-52.
- Haryoko, S. (2008). In Iskandar, *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. . Jakarta: Gaung Persada Press.
- Kertajaya. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Loyalitas (Survey Pada pelanggan yang menginap di Jumbuuwuk Batu Resort Kota Batu . In Erlando. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Kotler, & Keller. (2012). *Marketing Management*.
- Kotler, K. a. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing management (15th Global ed)*. *England: Pearson*.
- Kotler, P., & bowen, J. (1996). *Marketing for Hospitality and Tourism*. *UK: Prentice Hall*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2008). *“Manajemen Pemasaran”*. Jakarta: Erlangga.
- Kuncoro, R. &. (2007). *Analisis Jalur*. Bandung: Alfabeta.
- Lovelock, Patterson, & Walker. (1998). *Services Marketing*. Sydney: Prentice Hall.
- Martina G. Gallarza, I. G. (2002). Destination Image :Towards Conceptual Framework. *Annals of Tourism Research*, 57-78.
- Munhurrun, Seebaluck, & Naidoo. (2014). Examining the Structural Relationships of Destination Image, Perceived Value, Tourist Satisfaction and Loyalty: Case of Mauritius . *Procedia - Social and Behavioral Sciences*.
- Notoatmodjo, S. (2010). *Ilmu perilaku kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 67-82.
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Customer*. New York: McGraw-Hill.
- Palitati, A. (2007). Pengaruh Nilai Pelanggan, Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Perbankan di Sulawesi Selatan,. *jurnal Manajemend an Kewirausahaan*, 73-81.
- Pandensolang, J. D., & Tawas, H. N. (2015). Pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*.

- Pawitra, S. d. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Priyanto, D. (1998). *Perilaku Konsumen dan Loyalitas*. Yogyakarta: Andi.
- Rasyid.A, H. (1994). *Statistika Sosial*. Bandung : Pascasarjana Unpad.
- Rethaford, R., & Choe, K. M. (1993). *Statistical model for causal analysis*. New York: Jhon Wiley & Son.
- S, N. (2010). *Metedologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sani, A., & Maharani. (2013). *Metodelogi Penelitian Menejemen Sumber Daya Manusia. Teori,Kuesoner dan Analisis Data*. Malang: Cetakan II. Malang :Uin- Maliki Press.
- Sarwono. (2007). *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogjakarta: Andi Offset.
- Singarimbun, & Effendi, S. (1995). *Metode Penelitian Survai. Edisi Revisi*. Jakarta: Pustaka LP3 ES. Indonesia.
- Sudjana. (2005). *Metode Statistika Edisi ke-6*. Bandung: Tarsito.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sun, & Kim. (2013). Does customer satisfaction increase firm performance? An application of American Customer Satisfaction Index (ACSI). *International Journal of Hospitality Management*, 68-77.
- Syarifuddin. (2018). "NILAI CITRA KOTA DARI SUDUT PANDANG WISATAWAN . *Studi Tentang Citra Kota Bandung Dampaknya Terhadap Kunjungan Ulang*.
- Tjiptono, F. (1997). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2004). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi 3*. Yogyakarta: Andi.
- Valle, D., Silva, & Guerreiro. (2006). Tourist satisfaction and destination loyalty intention: a structural and categorical analysis. . *International Journal of Business Science & Applied Management (IJBSAM)*, 25-44.
- Yoon, & Uysal. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 45-56.
- Zhang, Fu, Cai, & Lu. (2014). Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis. *Tourism management*, 213-223.

